USER EXPERIENCE

Nathalia Fernandes



WORKSHOP DE DESIGN THINKING E UX

WORKSHOP - ORIENTAÇÕES PRELIMINARES

- Atividade realizada em conjunto:
 User Experience e Desenvolvimento de Interface Web
- Trabalho em grupo (mínimo 2 pessoas e máximo 5 pessoas) com avaliação individual
- <u>Desenvolvimento</u>: de 5 a 6 semanas
- Entrega final e apresentação: a definir conforme o desempenho e evolução dos grupos

WORKSHOP - ORIENTAÇÕES PRELIMINARES

- Objetivo
 Desenvolvimento e concepção de produto digital do 0 ao protótipo
- Etapas
 - 1. Definição do problema
 - 2. Visão do produto
 - 3. Persona e Jornada do Usuário (User Stories)
 - 4. Produção telas + protótipo
 - 5. Desenvolvimento

GRUPOS E TEMAS

GRUPOS

GRUPOS	COMPONENTES	SITUAÇÃO
GRUPO 1	lan Porto, Silvio de Castilhos, Murilo Noguez, Arthur Ropke, Felipe Ribeiro	 Prática de atividades físicas
GRUPO 2	Lucas Fernandes, Gustavo Kirst, Wesley Zorzolli, Leandro Lemes (MANHA), Jeferson Brito	 Prática de atividades físicas
GRUPO 3	Felipe Teles, Tiago Jesus, Luis Freitas, Pedro Nunes	 Cuidar de um animal de estimação
GRUPO 4	Matheus Correa, Alberto Parker, Luisa Holz	 Cuidar de um animal de estimação
GRUPO 5	Henrique Laroque, Klaus Zilke , Adriel Martins, Derick Laroque	Gerenciamento de tarefas domésticas
GRUPO 6	Felipe Ferreira, Bruno Beiro, Renata Bueno , Erick Rodrigues, Juan Nunes	Gerenciamento de tarefas domésticas

GRUPOS

GRUPOS	COMPONENTES	SITUAÇÃO
GRUPO 7	Vitor Veiga, Mateus Fagundes, Arthur Xavier, Matheus Lopes	Rotina de cuidados com a saúde
GRUPO 8	Christiano Ferraz, Anthony Castro, Lucas Devantier, Anthony Pereira, Felipe Almeida	Rotina de cuidados com a saúde
GRUPO 9	Bernardo Carvalho, Bryan Laquimam , Yan Beduhn, Eduarda Prasidio	Como se preparar para uma viagem de lazer
GRUPO 10	Eric Braga, Felipe Maciel, Pedro Hasse, Andressa Martins, João Marcelo	Como se preparar para uma viagem de lazer

Nathalia Fernandes

Definição do problema

Escolham um tema abaixo

- Como se preparar para uma viagem de lazer
- A experiência de ir de casa para a faculdade
- Fazer compras semanais no supermercado
- Gestão do tempo no trabalho
- Planejamento de refeições semanais
- Cuidar de um animal de estimação
- Organização da rotina de estudos
- Gestão de finanças pessoais
- Prática de atividades físicas
- Rotina de cuidados com a saúde
- Busca por um novo emprego
- Gerenciamento de tarefas domésticas

Definição do problema

Escolham 1 componente do grupo para ser entrevistado

- Nome do entrevistado
- Peça exemplos concretos
- Faça perguntas abertas:

"o que voce pensa quando...?"

"Qual o proposito de voce...?"

"Como é que voce...?""

- Anote
- 80% do tempo ouça (se ajuste ao perfil)



Definição do problema

Aprofundamento

- Há um problema, dificuldade ou algo que poderia ser melhorado?
- Obs:
 - celeridade na escolha do ponto a aprofundar
 - ainda é uma entrevista (isento)
 - gentileza

Definição do problema

Aprofundamento - Entrevistadores

Compartilhem os achados e documentem (FigJam)

_ Ações

O que ela esta tentando fazer ou atingir)

_ Sentimentos (ou insights)

Preencham até 3 sentimentos e 3 ações do entrevistado

<u>SENTIMENTOS</u> **\(\rightarrow\)** do entrevistado:

- Empolgação/Nostalgia
- Ansiedade
- Medo

Ex: Empolgação Frustração

AÇÕES 🏃 do entrevistado:

- Intenção de comemorar com a família e homenagear a Avó
- Preparação com antecedência
- Levou remédios, receitas em Português e receitas traduzidas
- contratou 3 tipos de seguro saúde,
- investiu em fundos de dólar com antecedência, pesquisou hospitais.

Ex:

buscando melhorar xxxx tentando superar yyyyyy

Definição do problema

Definindo a necessidade

<nome> precisa encontrar a forma de <necessidade> porque (para) <razão>

Definição do problema **Definindo necessidades**

Vitória precisa encontrar uma forma de controlar a ansiedade para que ela consiga não se preocupar tanto com possíveis emergências médicas e possa curtir mais a viagem.

Definição do problema > pensando soluções **Brainstorming**

Descrevam ao menos 5 formas (incluindo as radicais) para ir ao encontro da necessidade do pessoa usuária

Dicas:

Sem filtros! é proibido proibir! Incentivar ideias loucas Construir em cima de outras ideias Quantidade é importante (100/h) Use post-its com palavras

Definição do problema > pensando soluções **Brainstorming**

Capturem feedback do entrevistado

Dica:

Comece lendo a definição da necessidade

Visão do produto **Elevator Pitch**

Enunciado do Teste do Elevador: habilidade de explicar o produto para qualquer pessoa em dois minutos, na forma:

Para <cliente-alvo> que <problema> o <nome do produto> é um <categoria do produto> que <benefício-chave, razao de comprar>. Ao contrário <alternativa primária> nosso produto <diferenciação primária>.

Visão do produto **Elevator Pitch**

CARACTERÍSTICAS DE UM BOM ELEVATOR PITCH:

```
DIRETO, objetivo, assertivo
     direcionado ao foco
clareza
     a quem se dedica o produto
     diferencial, vantagem
     linguagem
     problema
simples
vendedor, cativante
público-alvo ≠ "pessoas"
diferenciação primária ≠ benefício-chave
dá vontade de usar
inovador
```

Visão do produto **Elevator Pitch**

- Para Viajantes que buscam ficar calmos e tranquilos nas suas viagens e sao pessoas usuárias que possuem transtornos como <u>Ansiedade, síndrome do pânico, Fobias, medos e afins</u>) (<u>CLIENTE-ALVO E PROBLEMA</u>)
- O **Calmin Go (NOME DO PRODUTO)** é um app (**CATEGORIA DO PRODUTO)** que junta um portfólio de hospitais, centros de bem estar e lista exercícios para pesquisa in loco.
- Para que tenham uma melhor qualidade de vida, melhorando suas experiências durante suas viagens deixando-as mais leve e divertidas, tudo isso com uma comunidade abrangente e local. (**BENEFÍCIO-CHAVE, RAZÃO DE COMPRAR**)
- Ao contrário do **Booking** que só sugere hotéis e **Gympass** que apenas conecta com psicólogos. No nosso produto temos tudo otimizado em um só lugar! (ALTERNATIVA PRIMÁRIA)
- Nosso produto conta com uma IA que monta roteiros seguros de viagens com base nas preferências e custos definidos pelo viajante. Além de integrar com diversas outras plataformas e conta com uma rede de apoio e pesquisa de locais seguros no destino do viajante onde ele possa ser amparado em caso de alguma adversidade. (DIFERENCIAÇÃO PRIMÁRIA)

Nathalia Fernandes

WORKSHOP DE UX - DIA 2

Visão do produto

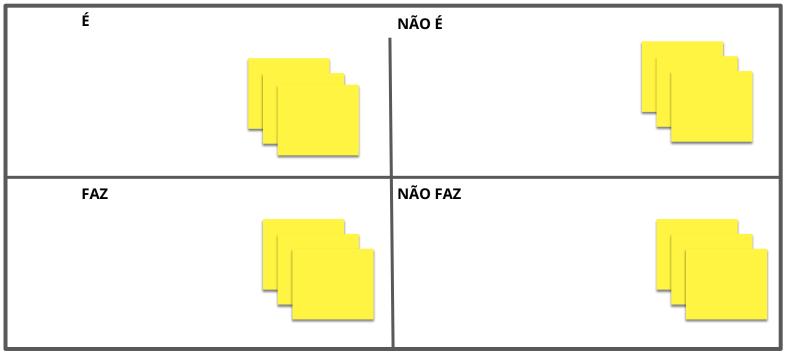
Elevator Pitch

- Para Viajantes que buscam ficar calmos e tranquilos nas suas viagens e sao pessoas usuárias que possuem transtornos como <u>Ansiedade, síndrome do pânico, Fobias, medos e afins</u>) (<u>CLIENTE-ALVO E PROBLEMA</u>)
- O **Calmin Go (NOME DO PRODUTO)** é um app (**CATEGORIA DO PRODUTO)** que junta um portfólio de hospitais, centros de bem estar e lista exercícios para pesquisa in loco.
- Para que tenham uma melhor qualidade de vida, melhorando suas experiências durante suas viagens deixando-as mais leve e divertidas, tudo isso com uma comunidade abrangente e local. (**BENEFÍCIO-CHAVE, RAZÃO DE COMPRAR**)
- Ao contrário do **Booking** que só sugere hotéis e **Gympass** que apenas conecta com psicólogos. No nosso produto temos tudo otimizado em um só lugar! (ALTERNATIVA PRIMÁRIA)
- Nosso produto conta com uma IA que monta roteiros seguros de viagens com base nas preferências e custos definidos pelo viajante. Além de integrar com diversas outras plataformas e conta com uma rede de apoio e pesquisa de locais seguros no destino do viajante onde ele possa ser amparado em caso de alguma adversidade. (DIFERENCIAÇÃO PRIMÁRIA)

Nathalia Fernandes

Visão do produto - **É, não é, faz, não faz**

Às vezes, começar pelo "não é" fica mais fácil...



Visão do produto



Frente: Atração

- Nome do produto
- Desenho
- 3 a 4 pontos para "vender" o produto.



Trás: Decisão de compra

- Perfis de usuário
- Descrição de atributos
- Requisitos de operação.

Frente

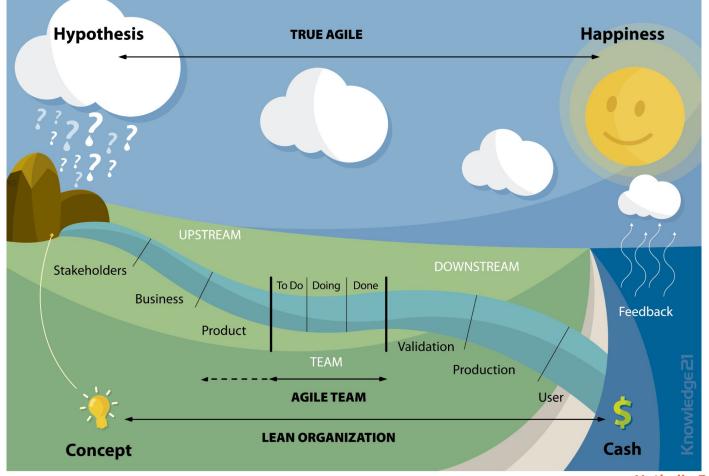
Trás

Nathalia Fernandes

Caixa: quanto mais atrativa melhor!!!

HORA DA VERDADE BATALHA DE PITCHS

Cemitério mexicano



Visão do produto

NÃO EXISTEM REQUISITOS, MAS HIPÓTESES!

Exemplo: BULLETBALL



Bom exemplo: Nordstrom



VISÃO DO PRODUTO **Hipóteses / pivot**

(in)validar as ideias o mais rápido possível!

"De cada 10 produtos novos, 9 falham. E apenas 33% dos que tiveram sucesso mantiveram a ideia inicial!" **Steve Blank**

VISÃO DO PRODUTO **Hipóteses / pivot**

Análise de concorrência

- observem as pessoas usando a solução do concorrente:
 - O problema que imaginamos realmente existe?
 - Há alguma outro problema?
 - O que tem de bom? Há algo faltando?



VISÃO DO PRODUTO **Hipóteses / pivot**

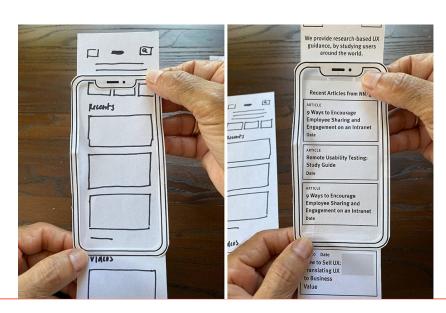
Entrevista com o consumidor (usuário)

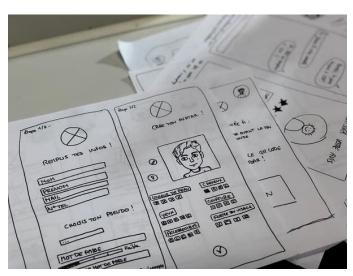
- Get out of the building! Steve Blank
- Não é trabalho do cliente dizer o que quer Steve Jobs
- Se eu tivesse perguntado para as pessoas o que elas querem elas teriam dito cavalos mais rápidos - Henry Ford

VISÃO DO PRODUTO

Hipóteses - Como validar?

Paper Prototype





Nathalia Fernandes

VISÃO DO PRODUTO

Hipóteses - Como validar?

Fake interface

- landing page argumentos de venda
- fake feature -

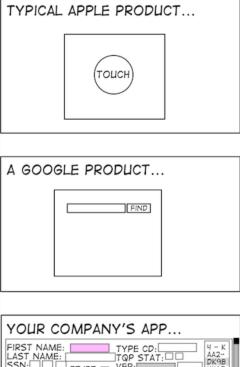


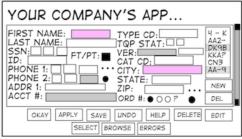


VISÃO DO PRODUTO **Hipóteses - Como validar?**

MVP

- Mínimo produto viável
- C





STUFFTHATHAPPENS.COM BY ERIC BURKE

VISÃO DO PRODUTO **Hipóteses / pivot**

- Outras formas de pivotar (Eric Ries / Lean Startup)
 - Zoom in
 - Zoom out
 - Segmento
 - Necessidade do cliente
 - Plataforma
 - Arquitetura do negócio
 - Captura de valor
 - Motor de crescimento
 - Canal
 - Tecnologia

VISÃO DO PRODUTO **Hipóteses / pivot**

- Outras formas de pivotar (Eric Ries / Lean Startup)
 - o Zoom in
 - Zoom out
 - Segmento
 - Necessidade do cliente
 - Plataforma
 - Arquitetura do negócio
 - Captura de valor
 - Motor de crescimento
 - Canal
 - Tecnologia

PERSONAS

WORKSHOP - ETAPA 3 (Parte 1)

Personas

"0" usuário?

Ex: um site de busca de emprego / quem acessa?

- o Tem um emprego mas esta sempre procurando por um melhor
- Gosta do emprego mas acha que é hora de seguir em frente
- Esta desempregado há 6 meses procurando por um grande emprego. Agora vai aceitar qualquer coisa
- Vai pegar qualquer emprego que permita que possa trabalhar de qualquer lugar do mundo
- Trabalha no RH e posta empregos em aberto
- Também trabalha no RH e é responsável por revisar os currículos
- Recrutado independente procura por bons empregos e bons candidatos

WORKSHOP - ETAPA 3 (Parte 1)

Personas

Template



Oliver Jones

Demographics

Age: 21 Location: City Education: Graduate Job Title: Intern Marital Status: Single

Bio

Lives in shared rental accommodation. Loves books, food, theater, and the finer things in life.

Goals

To become a designer and work at a prestigious fashion house.

Pain Points

Refreshing his wardrobe without breaking the bank. Staying at the cutting edge of fashion.

Motivations

The desire to find unique and high-quality items online at affordable prices.



Nome: Mariana Borges Souza

Idade: 26 anos

Ocupação: Esteticista

Localidade: São Francisco / Ferraz de

Vasconcelos/SP

Pontos de Conflito e Necessidades

(Conte sobre as principais situacii oli es da vida da sua persona que envolvem o tema do projeto e o problema que você pretende resolver)

Mariana descobriu há 1 ano que tem intolerância a lactose e glúten Evita comer em restaurantes e festas por conta da restrição. Quando sai precisa levar os alimentos que pode comer

Tem dificuldades para encontrar os produtos sem glútem e lactose nos mercados da região onde mora Procura por receitas de pratos sem lactose e glutem nas redes sociais para fazer aos fins de semana

Informações Demográficas e Comportamento

(Conte um pouco sobre como ella a vida da persona de modo geral. Como é a família, a formação, os interesses, os hobbies, as

É formada há 3 anos e trabalha de segunda à sexta em uma clínica na avenida Paulista Costuma fazer compras aos finais de semana em um mercado próximo de casa. Compra alimentos básicos pra semana: arroz, feijão, café etc

Mora na casa da sua mãe Maria de 54 anos e com o filho Gustavo de 6 anos. Costuma passar os finais de semana em casa com o filho. Costumam assistir filmes, ela o ajuda nas tarefas da escola e vai com ele ao parque no perído da tarde.

Interage muito em grupos de Facebook e WhatsApp para manter contato com a família, acompanhar as notícias e as blogueiras que gosta.

No fim de semana também faz um curso de especialização em estética facil online.

Possíveis Funcionalidades e Soluções

(Discuta e gere ideias de produtos e servici) os que possam resolver as questões levantadas nos Pontos de Conflito e Necessidades)

Venda online e entrega de alimentos sem lactose e glútem em Ferraz de Vasconcelos. Dicas de restaurantes que atendem sua restrição na sua cidade.

Sugestões de receitas sem glútem e lactose.

Nathalia Fernandes

WORKSHOP - ETAPA 3 (Parte 1)

Personas

Template

- Bon nomes de personas:
 - NOME + APELIDO
 - Nathalia Prof
 - Paula Secretaria
 - Bruna Dev
 - Nicia Vendedora

WORKSHOP - ETAPA 3 (Parte 2)

Personas

Construção (Grupos)

- Discutam 4 possíveis personas!
 - Obs:
 - gentileza com quem está chegando
 - aproprie-se do produto
 - consumidor e fornecedor
- Defina 2 para um grupo e 2 para outro grupo (1 para cada técnica)
 - proto persona
 - o mapa de empatia

WORKSHOP - ETAPA 3 (Parte 2) Personas Construção (Grupos) NOMES Personas

nome + apelido



Nathalia Fernandes

<u>Personas</u>

Ju Psicóloga Idade: 45

Ter uma Ajudar as PENSA EM... agenda pessoas cheia Como se divulgar além de OUVE... VÊ... indicaçoes Depoimentos Artigos cientificos Experiências Livros vividas didáticos **Palestras Podcasts** Atendimento sobre clínico transtornos Metodologia Psicóloga terapêutica comportame FAZ... ntal

Vit Neurótica



Perfil:

- Ansiosa
- Medrosa
- Gosta de viajar
- Organizada

Comportamentos:

- Vit tem 24 anos
- Mora em São Paulo
- Reside com o marido e sua dog
- É formada em Direito
- Trabalha atualmente com produto

Necessidades:

- Terapias
- Ficar calma
- Encontrar o equilíbrio emocional quando viaja

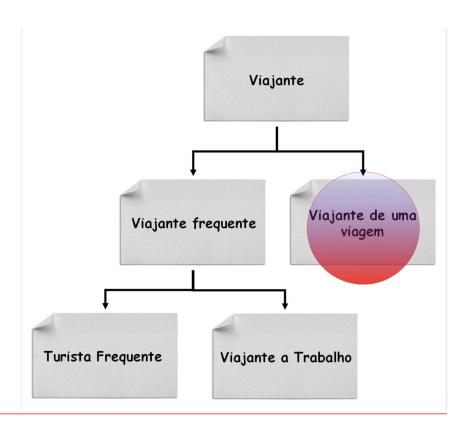
A

В

WORKSHOP - ETAPA 3 (Parte 2)

Personas

Hierarquia



Nathalia Fernandes

WORKSHOP - ETAPA 3 (Parte 3)

Personas User Stories

• Quem / o quê / por que?

Eu, enquanto < NOME PERSONA >, poderia/gostaria/devo < NECESSIDADE > para/tal/por que < VALOR >

Construir 1 user storie (épico) para cada persona

Exemplo

Eu, enquanto Ju
Psicóloga, quero atender
clinicamente mais
pacientes
para ter uma agenda
cheia

Eu, enquanto Vit Neurótica, gostaria de uma maior tranquilidade para organizar minhas

viagens

B

FUNCIONALIDADES WIREFRAME

WORKSHOP - ETAPA 4 (Parte 1)

Funcionalidades e Wireframe

Funcionalidades

- Revisitar brainstorming > Revisitar problema > Debater personas e user stories
- Definir funcionalidades do produto e construir estrutura / arquitetura da informação
 - Dica: usar método MosCow para priorização

WORKSHOP - ETAPA 4 (Parte 2)

Funcionalidades e Wireframe **Wireframe**

- Iniciar as telas seguindo a estrutura (dividir pelo menos 1 tela por integrante)
 - Dicas:
 - definir os estilos e criar as bibliotecas
 - se tiverem com dificuldade de se organizarem/dividirem escolham um "líder" para ser o GP

OBRIGADA.

@nathmfernandes

@unisenacpelotas

nmfern and es@sen acrs.com.br